

فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال ۳۰، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، شماره پیاپی ۱۱۷

A. Amini, Ph.D
Z. Zeidi

عباس امینی، استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان
زهرا زیدی، دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، دانشگاه اصفهان

E-mail: a.amini@geo.ui.ac.ir

شماره مقاله: ۱۰۱۴ صص: ۳۲-۱۳

وصول: ۹۳/۴/۱۱ پذیرش: ۹۳/۸/۸

تأثیرات فرهنگی گردشگری در مناطق روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای ایبانه)

چکیده

امروزه صنعت گردشگری یکی از بزرگترین منابع درآمدی بسیاری از کشورها به حساب می‌آید؛ اما گردشگری از نظر ماهوی قبل از آنکه به عنوان پدیده‌ای اقتصادی مطرح باشد، امری فرهنگی است و فرهنگ به عنوان جاذبه اصلی گردشگری محسوب می‌شود. با توجه به آسیب‌پذیری و شکنندگی خاص میراث فرهنگی، توسعه گردشگری در مواردی می‌تواند موجب صدمه دیدن الگوهای فرهنگی بومی گردد. این امر در رابطه با گردشگری روستایی، که از جمله گزینه‌های مطرح و مهم برای کمک به توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی است، از حساسیت و اهمیت بیشتری برخوردار است. روستای ایبانه، به اعتبار پیشینه و آثار اصیل فرهنگی و تاریخی آن، از جمله شاخص‌ترین روستاهای گردشگری ایران در حوزه گردشگری فرهنگی به شمار می‌آید. با توجه به سابقه و شدت رونق گردشگری در این روستا، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از فنون پیمایشی، به ارزیابی تأثیرات فرهنگی این پدیده از دیدگاه جامعه محلی پرداخته است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها بر اساس دیدگاه طیفی تداوم / گسست فرهنگی، بیانگر تأثیر گذاری فرهنگی معنی‌دار گسترش گردشگری، در همه حوزه‌های آداب و رسوم محلی، روابط و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، کالایی شدن فرهنگ محلی، توجه به میراث فرهنگی، آگاهی‌های عمومی، ناهنجاری‌های فرهنگی، نمودهای رفتاری و تغییرات یا واگشت‌های فرهنگی، در سطح روستا از دیدگاه ساکنان محلی است. گذشته از تفاوت‌های جزئی و انگشت‌شمار، ارزیابی جامعه محلی حاکی از تضعیف همه موارد فوق و به عبارتی، بروز این تغییرات در محدوده گسست فرهنگی، البته با شدت‌های ملایم، بوده است.

واژه‌های کلیدی: ایبانه، گردشگری روستایی، تأثیرات فرهنگی، کالایی شدن فرهنگ.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا، یکی از منابع مهم درآمد و در عین حال، از عوامل مؤثر در تبادل‌ات فرهنگی بین کشورهاست و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان حائز جایگاه ویژه‌ای است. از این رو، بسیاری از کشورها در

رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی هستند (کاظمی، ۱۳۸۶: ۱). گردشگری در بستری جغرافیایی و متشکل از عواملی صورت می‌گیرد که به نوعی بر گردشگری تأثیر می‌گذارند و از آن تأثیر می‌پذیرند. گردشگری می‌تواند اثرهای متفاوت درخور توجهی در منطقه گردشگرپذیر بر جای بگذارد. این اثرها می‌توانند اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و زیست-محیطی باشند. با توجه به پیچیدگی و گستردگی فعالیت‌های گردشگری، اثرهای ناشی از آن نیز ابعاد به هم پیوسته بسیاری دارند که باید در مطالعه اثرات گردشگری به آنها توجه شود. نوع و میزان اثرات گردشگری در یک مقصد از عوامل متعددی متأثر می‌شود که از جمله مهم‌ترین آنها ویژگی‌های جامعه میزبان و میهمان و ماهیت فعالیت‌های گردشگری در مقصد است (ضیایی و ترابیان، ۱۳۸۹: ۲۰۷). با این حال، گردشگری می‌تواند عامل عمده تغییر سیستم اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در منطقه مقصد باشد که گاهی به تغییر اجتماعی و یا حتی مسائل اجتماعی منجر می‌شود. پتانسیل گردشگری در نقاط روستایی بیش از هر چیز به سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی آنها بستگی دارد (مهدوی، ۱۳۸۷: ۴۰). گردشگری روستایی عبارت از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلفی از گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی و پیرامون آنهاست که می‌تواند دربردارنده آثار مثبت یا منفی برای محیط زیست روستا، انسان و طبیعت باشد (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۹: ۲۰۱). فرهنگ از یک سو عاملی برای ایجاد میل یا نیاز به سیر و سیاحت است و از سوی دیگر، نقش اساسی در تعیین رفتارها، نگرش‌ها و روش‌های زندگی مردم ایفا می‌کند؛ لذا بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند گردشگری پیش از آنکه یک صنعت و فعالیت اقتصادی باشد، پدیده‌ای است فرهنگی و در ایجاد تغییرات فرهنگی بسیار مؤثر است (یعقوب‌زاده و زندی، ۱۳۹۱: ۱۶). مقصود از اثرهای فرهنگی، تغییراتی است که در هنر، آداب و رسوم، معماری مسکن و رفتار جامعه میزبان رخ می‌دهد، که تغییراتی بلندمدت بوده، باعث پیامدهای مثبت و منفی بسیاری در جوامع روستایی می‌شوند. نزدیکی فضایی میان مواجهه‌شوندگان (جامعه میزبان) و گردشگران نیز در ایجاد اثرهای فرهنگی-اجتماعی مؤثر است. رشد و گسترش صنعت گردشگری در مواردی به جدایی‌گزینی و کاهش اثرهای اجتماعی-فرهنگی در کل جامعه میزبان منجر می‌گردد. با این حال، قسمت خاصی از فرهنگ جامعه را که به محافظت و نگهداری نیاز دارد و مؤلفه‌های هویت مکان، یکپارچگی، ارزش‌ها، اعتقادات، تجربیات زندگی روزمره و آزادی مردم بومی، روح آنها محسوب می‌شوند، نمی‌توان به دیگران عرضه نمود (جورج و همکاران^۱، ۲۰۰۹: ۱۳۶).

ایبانه، مطرح‌ترین روستای گردشگری ایران در حوزه گردشگری فرهنگی است، که در شهرستان نطنز در قسمت شمالی استان اصفهان واقع شده است. توسعه گردشگری در این روستا، گذشته از آنکه از سابقه نسبتاً طولانی برخوردار بوده، از شدت و ازدحام بسیار بالایی نیز؛ بویژه در فصولی از سال برخوردار است که بسیار بیشتر از ظرفیت و توان محیطی این روستاست. از این رهگذر، سالانه حجم بسیار بالایی از گردشگران از مناطق و فرهنگ‌های گوناگون و بعضاً بسیار متفاوت با فرهنگ محلی ساکنان روستا، در رویارویی و تعامل نزدیک با مردم محلی قرار می‌گیرند و علاوه بر تأثیرات مثبت یا منفی‌ای که در ابعاد محیطی و اقتصادی برای این جامعه دارند، به لحاظ فرهنگی نیز باعث بروز تأثیرات و تغییرات قابل توجه و متعددی می‌شوند. مطالعات رو به افزایشی که در سال‌های اخیر در رابطه با توسعه گردشگری در

مناطق روستایی در ایران و تأثیرات و پیامدهای آن صورت گرفته‌اند، عمدتاً معطوف به پیامدهای اقتصادی و محیطی این پدیده بوده و پیامدهای اجتماعی و بویژه فرهنگی، کمتر مورد توجه آنها بوده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکردی پیمایشی و با هدف ارزیابی و تحلیل تأثیرات فرهنگی توسعه گردشگری (بویژه کالایی شدن فرهنگ محلی) در روستای ایبانه، بر اساس دیدگاه مردم محلی، صورت گرفته است.

مبانی نظری

مباحث توسعه پایدار از دهه ۱۹۷۰ به بعد مورد توجه صاحب‌نظران واقع شد. این در حالی است که توجه به گردشگری پایدار از دهه ۱۹۶۰ با شناسایی اثرهای بالقوه گردشگری انبوه و توجه به اثرهای فعالیت‌های گردشگری بر اقتصاد، محیط زیست و فرهنگ نقاط توریستی، و همچنین رشد غیرقابل کنترل گردشگری انبوه که باعث تهی‌سازی و تخریب منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی شده و اثرات مخربی همانند فروکاست میراث و فرهنگ سنتی و محلی، از بین رفتن هویت محلی، افزایش میزان جرائم، ازدحام و شلوغی و دیگر مسائل زیست-محیطی را در مناطق میزبان بر جای نهاده بود، آغاز شد (جوی و سیراکایا، ۲۰۰۶: ۱). از این منظر، پارادایم گردشگری پایدار، گردشگری را در قالب مرزها بررسی کرده و رابطه مثلث‌وار میان جامعه میزبان و سرزمین آن را از یک سو و جامعه میهمان؛ یعنی گردشگران را از سوی دیگر با صنعت گردشگری برقرار نموده، قصد دارد فشار و بحران موجود بین سه ضلع مثلث را تعدیل و در طولانی‌مدت موازنه‌ای بین آنها برقرار سازد (قادری، ۱۳۸۲: ۱۳۵). گردشگری روستایی به طور مشخص از دهه ۱۹۵۰ آغاز شد و در دهه ۱۹۶۰ از جنبه اقتصادی و به عنوان ابزاری برای توسعه جوامع محلی روستایی مورد توجه قرار گرفت. در این مدت صاحب‌نظران بسیاری کوشیده‌اند با ارائه الگوها و روش‌های مختلف، نقش گردشگری را در تجدید حیات اقتصادی، ابعاد اجتماعی- فرهنگی و محیط زیست روستایی نیز مطرح سازند و مورد توجه قرار دهند (رضوانی و صفایی، ۱۳۸۴: ۱۱۱). در این راستا، روستاها و ساکنان آنها از دو جهت با صنعت گردشگری در ارتباط هستند: محیط‌های روستایی از سوی به عنوان فضاها و اماکن تفریحی، گزینه‌ای برای گذران اوقات فراغت گردشگران و بویژه گردشگران داخلی به شمار می‌آیند و از سوی دیگر، برخی تولیدات آنها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی به گردشگران عرضه شده و از این راه به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌شود (مبارکی، ۱۳۸۶: ۵۷). محققان بر این باورند که میان رونق گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی برای ارزیابی اثرهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی آن بر جامعه میزبان، رابطه مستقیم وجود دارد (جانسون و دیگران^۱، ۱۹۹۴). در این رابطه، باتلر این رابطه را منفی دانسته، معتقد است که میان سطح توسعه گردشگری و نگرش منفی جامعه میزبان به اثرهای اقتصادی، اجتماعی و محیطی آن رابطه مستقیم مشاهده می‌شود. در مراحل اولیه توسعه گردشگری، به دلیل فواید اقتصادی درک‌شده توسط جامعه روستایی، معمولاً تا حد زیادی انتظارات و اشتیاق آنان ممکن است برآورده شود؛ ولی در مراحل بعد به سبب بروز تغییرات ناخوشایند، درک و ارزیابی مردم از اثرهای گردشگری به تدریج منفی می‌شود (اسمیت و دیگران^۲، ۱۹۹۸: ۷۸۶). فرض محوری همه این نظریات این است که

1- Choi and Sirakaya
2- Johnston et al.
3- Smith et al.

کیفیت زندگی جوامع محلی میزبان در مراحل اولیه توسعه گردشگری بهبود می‌یابد؛ اما بمرور و با کاهش ظرفیت تحمل محیط، مرحله‌ای پیش می‌آید که توسعه بیشتر گردشگری، سبب بروز تغییرات و تبعات منفی در جوامع روستایی مقصد می‌شود (علیقلی‌زاده فیروزجانی و دیگران، ۱۳۸۶: ۳۷). برای بسیاری از گردشگران تجربه کردن فرهنگ محلی، زبان، سنت‌ها، آداب و رسوم، سبک زندگی و محیط طبیعی، خواست و نیت اصلی سفر به شمار می‌آیند. این خواست و این انگیزه، به شکل فزاینده‌ای توسط ساکنان محلی و شرکت‌های توریستی (داخلی و خارجی)، با عناوین مختلفی چون: گردشگری فرهنگی، گردشگری میراث فرهنگی، گردشگری بومی، گردشگری روستایی و بوم‌گردی‌های جامعه‌محور، با انگیزه کاملاً متفاوت کسب درآمد و سود^۱ یا سوداگری، بهره‌برداری شده و برای آن طراحی‌ها و برنامه‌ریزی‌های حساب شده و دامنه‌داری صورت می‌گیرد. این همان فرایندی است که با عنوان رسا و معنادار «کالایی شدن»^۲ و به‌طور خاص، کالایی شدن فرهنگ^۳ از آن نام برده می‌شود. به این ترتیب است که فرهنگ، که از طریق اشکال و جلوه‌های متنوعی به متن زندگی وارد می‌گردد، هسته و جوهره اصلی توریسم محسوب می‌شود. در همین رابطه، یوری^۴ (۱۹۹۵) نیز کالایی کردن و برنامه‌ریزی برای کسب سود از «تمایل افراد به گریز از اشتغالات زندگی‌های روزمره» و در پی آن جابه‌جا شدن و سفرکردن‌های گاه به گاه و موقت را، هسته اصلی صنعت توریسم در جهان امروز می‌شمارد. به این ترتیب، در حالی که توریست‌ها در پی تجربه‌های فراتر از روزمرگی، رؤیایها و اشتیاق خود برای درک معنای ژرفتری از زندگی را در مناطق بکر و دورافتاده روستایی، که به گمان آنان از شرایط و چشم‌اندازهای رمانتیک و دلپذیری برخوردارند، جستجو می‌کنند؛ همزمان مزاحمت‌هایی را نیز برای زندگی‌های محلی به همراه آورده و نظم، ثبات و آرامش آنان را برهم می‌زنند (جورج و دیگران، ۲۰۰۹: ۱۲۵) و بعلاوه غنا و اصالت‌های فرهنگی آنان هم بمرور دستخوش تغییراتی - گاه بنیادین - می‌گردد.

پارنیلو^۵ (۲۰۰۱) جابه‌جایی‌های توریستی را فرایندی دایره‌ای می‌داند که نقطه عزیمت یا مبدأ آن فرهنگ توریست و مقصد آن فرهنگ میزبان است که نهایتاً به نقطه آغاز ختم می‌شود. اتفاقی که در این فرایند دایره‌ای دارای اهمیت است، مواجهه، تعامل و تبادل است که به دادوستد دانش‌ها، رسوم و ارزش‌هایی بین این دو فرهنگ صورت می‌پذیرد و سرانجام به سطوحی از تغییرات فرهنگی در هر دو سو می‌انجامد. مسمماً این فرایند تغییر می‌تواند برای هر دو سو نتایج مثبت یا منفی دربر داشته باشد. نقش فرهنگ در توسعه گردشگری روستایی، نقشی پیچیده است و رابطه بین گردشگری و فرهنگ، رابطه‌ای دوجوهی است. این رابطه اگرچه توان بالقوه بالایی برای دست یافتن به ابعاد مثبتی از «تداوم» فرهنگی را، چنانکه محققان بسیاری به آن اشاره کرده‌اند، داراست؛ اما نتایج بسیاری از مطالعات نیز به پیامدهای منفی جدی آن، که اغلب فرهنگ محلی یک جامعه را به ناکارآمدی و «گسست» دچار نموده، اشاره دارند (جورج و دیگران، ۲۰۰۹: ۱۲۹).

1- to make profit
2- commodification
3- culture commodification
4- Urry
5- Parrinello

یک جامعه می‌تواند جنبه‌هایی از فرهنگ جمعی محلی خود را به هر توریستی که حاضر است مبلغی را برای آن پردازد، بفروشد و از این طریق هر دو سوی مبادله به منافع مطلوب خود، رضایت خاطر برای توریست و منفعت اقتصادی برای دیگری، دست یابند. به این ترتیب، فرهنگ به کالایی برای مبادلات پولی تبدیل می‌شود. این گونه مواجهه دو فرهنگ بخشی از همان فرایند دایره‌ای است که شرایطی را برای تغییرات اجتماعی مهیا می‌سازد. نتایج این فرایند تغییر و تبدیل، همان گونه که ذکر شد، نه تنها لزوماً مثبت نیست، بلکه بیشتر در پیوستاری از رابطه‌ای دوجوهی اتفاق می‌افتد و اگرچه به توریسم به عنوان گزینه‌ای برای دستیابی به پایداری اقتصادی توجه شده؛ اما توجه اندکی به مقوله مهم‌تر پایداری فرهنگی شده است. مسلم است که جنبه‌هایی از فرهنگ، میراث معماری، فولکلور، تاریخ و آداب و رسوم را می‌توان به شکل جاذبه‌هایی برای جلب گردشگر و کسب منافع اقتصادی آن عرضه نمود؛ اما وجوهی از فرهنگ هر جامعه‌ای، شامل هویت فرهنگی یا مکانی، از قبیل: یکپارچگی، ارزش‌ها، عقاید، تجربه‌های زندگی روزمره و آزادی‌های افراد محلی، از رازمندی و قداستی برخوردار است که نه تنها قابل عرضه و فروش نیستند، بلکه برای ماندگاری و تداوم حیات فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی جامعه، نیازمند محافظت و نگهداری هستند. در همین رابطه، جورج (۲۰۰۵) به این مطلب تذکر می‌دهد که با بهره‌برداری از فرهنگ برای مقاصد اقتصادی، بسیاری از اشکال و مقاصد آن، که در اصل سازه‌هایی اجتماعی برای سامان دادن زندگی در یک جامعه هستند، به نابودی می‌گریند. در واقع، با گسترش توریسم به مناطق روستایی و دورافتاده‌ای که فرهنگ‌های محلی مقاومت و محافظت بیشتری در مقابل گزندها و تأثیرات بیرونی داشته‌اند، تردیدهایی پیرامون پیامدهای بالقوه‌ای که ممکن است بر ابعاد فرهنگی جوامع محلی داشته باشد، به وجود می‌آید. به این ترتیب، ساکنان جوامع محلی نه تنها باید پیوسته به تمایلات گردشگران توجه نموده و برای آنها اهمیت قائل شوند، همچنین باید مراقب کالایی شدن فرهنگ‌شان نیز باشند (شارپلی و تفلر، ۱۳۹۲: ۱۹۶).

ارتباط میان صنعت گردشگری و جامعه میزبان و فرهنگ آن ارتباطی دیالکتیک و دوسویه است و نباید به عنوان دو مفهوم مجزا و مستقل نگریسته شوند. چارلسن و جعفری^۱ (۱۹۹۶)، دو سویه بودن این رابطه را در قالب دو واژه فرهنگی شدن صنعت گردشگری و توریستی شدن فرهنگ جامعه میزبان تعبیر کرده‌اند. زمانی که یک جامعه روستایی اقدام به کالایی نمودن ابعادی از فرهنگ محلی خود برای توسعه گردشگری می‌نماید و در این مسیر پیش می‌رود، وجه کاربردی فرهنگ محلی یا همان اصالت‌های فرهنگی ساختارهای اجتماعی، تحت تأثیر و بلکه تحت تسلط وجه مبادله‌ای فرهنگ قرار خواهد گرفت (جورج و دیگران، ۲۰۰۹: ۷۴-۵۶). وقتی فرهنگ خودش جاذبه شود، نگرانی‌هایی در رابطه با اصالت‌های آن در گشودگی به روی گردشگران پدید می‌آید. با کالایی نمودن و ارائه فرهنگ‌های بومی از طریق نمایش‌های فرهنگی و سوغات به گردشگران، در طول زمان و برای همخوانی بیشتر با ذائقه‌های مخاطبان، ممکن است تغییر و تبدیل‌هایی در اصالت‌های آن پدید آید (کوهن، ۱۳۷۸: ۲۱۲). این تغییر و تبدیل‌ها می‌تواند با افراط در ایجاد جاذبه‌های فرهنگی برای گردشگری و برخورد‌های بیش از حد سوداگرانه با نموده‌های فرهنگی از قبیل مناسک مذهبی، عادات و سنن، جشن‌ها و نمایش‌ها، صنایع دستی، موسیقی و دیگر الگوهای فرهنگی و ارائه نامناسب و آنها صورت بگیرد.

جامعه‌ها و افراد آنها همه مثل هم نیستند و همه از هم پیوندی با گردشگری حمایت نمی‌کنند. این امر می‌تواند مواجهه بین دو فرهنگ میزبان و میهمان را در مواردی به مقابله کشانده، دامنه اثرگذاری گردشگری بر جامعه میزبان و بویژه فرهنگ آن را گسترده‌تر نماید. تغییر و تحول در فعالیت‌های سنتی و هنری روستایی به منظور متناسب ساختن آن برای مخاطبان گردشگر، شلوغی و ازدحام بیش از حد در مکان‌های سنتی، ایجاد تضاد و تنش بین اعضای جامعه روستایی، افزایش نابرابری و شکاف اجتماعی بین بخش‌های مختلف این جوامع، خارج از دسترس قرار گرفتن مکان‌های تفریحی برای خود افراد محلی و موارد دیگری از این قبیل، از جمله دیگر پیامدهای منفی توسعه گردشگری روستایی هستند که در صورت بروز می‌توانند فواید و مزایای حاصل از آن را تحت الشعاع قرار دهند. انسجام و همگنی فرهنگ جامعه میزبان و پایبندی مخاطبان آن فرهنگ به شعائر و اصول آن می‌تواند از بروز گسست در ساختارهای فرهنگی جامعه و کمرنگ شدن آن در مواجهه و اثرپذیری از فرهنگ‌های گردشگران جلوگیری نماید (سواربروک، ۱۹۹۹: ۹). همچنین، از آنجایی که مواجهه بی‌واسطه و نزدیکی فضایی میان جوامع محلی و گردشگران در بروز و شدت تأثیرات فرهنگی-اجتماعی مؤثر است، جدایی‌گزینی دو سوی این رابطه بر اثر رشد و گسترش صنعت گردشگری نیز می‌تواند به کاهش این اثرها منجر گردد.

با توجه به آنچه پیرامون رابطه دوجبه‌ی بین توسعه گردشگری و فرهنگ جوامع محلی روستایی بیان شد، منظور از تداوم فرهنگی را به اختصار می‌توان هرگونه تأثیر مثبتی در نتیجه گردشگری دانست که موجب ماندگاری و پررنگ‌تر شدن پارامترهای فرهنگی در جامعه محلی می‌شود و گسست فرهنگی را نیز معرف مکانیزمی از اثرگذاری گردشگری بر ساختار و مؤلفه‌های فرهنگی جوامع محلی میزبان قلمداد نمود که در درازمدت به کمرنگ شدن، فراموشی و تخریب آنها منجر گردد. بر این اساس، جورج در سال ۲۰۰۵ و جورج و همکاران در سال ۲۰۰۹، پیامدها و نتایج بالقوه‌ای را که رابطه متقابل توریسم و فرهنگ‌های محلی می‌تواند دربر داشته باشد، مطابق جدول (۱) در پنج مؤلفه برای هر کدام از دوسوی این رابطه دوجبه‌ی (تداوم / گسست) برشمرده‌اند که همچنین بیانگر اهمیت دوسویه این پدیده در حال رشد است.

جدول ۱) پیامدهای بالقوه تعامل توسعه گردشگری و فرهنگ محلی در جوامع روستایی در پیوستاری از تداوم تا گسست

تداوم (Continuity)	گسست (Rupture)
صلح	تضاد فرهنگی
درک/احترام فرهنگی	فرهنگ‌پذیری/کمبود تنوع
تجدید حیات فرهنگی	تخصیص فرهنگی
تصدیق/ارتقای هویت فرهنگی	به نمایش گذاشتن هویت
پایداری/تجدید حیات اقتصادی	کمبود/از دست دادن کنترل محلی

به این ترتیب، درک مسائل اجتماعی ناشی از تأثیرات فرهنگی گردشگری، بویژه در جوامع روستایی، امر بسیار مهم و درخورملاحظه‌ای است که به هیچ روی غفلت از آن در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های مرتبط با توسعه گردشگری موجه و پذیرفتنی نخواهد بود. شناسایی و ارزیابی این گونه تأثیرات، گرچه ممکن است در مقایسه با دیگر تأثیرات گردشگری دشوارتر باشد؛ اما مسلماً پیامدهای نامحسوس آنها نیز ماندگارتر و بلندمدت‌تر خواهند بود. در ادامه

مرور مختصری بر برخی از کارهای انجام شده مشابه در این زمینه خواهیم داشت.

پژوهشگران بسیاری به بررسی تأثیرات گردشگری در زمینه‌های اقتصادی، زیست-محیطی و اجتماعی پرداخته و بر ارتباط متقابل بین آنها تأکید کرده‌اند. تولایی و شاهدی (۱۳۸۷) به ارزیابی آثار دموگرافیک و فرهنگی گردشگری در سرعین اردبیل پرداخته و بیان نموده‌اند که توسعه گردشگری در سرعین به رنگ‌باختگی برخی ویژگی‌های فرهنگ بومی در حوزه زبان بومی، پوشش، آداب و رسوم سنتی و به موازات آن ارتقای نحوه آداب و اصول معاشرت، بالا رفتن سطح آگاهی‌های اجتماعی و افزایش روحیه احترام به دیگران منجر شده است. ضرابی و اسلامی (۱۳۸۹)، ضمن سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست-محیطی توسعه گردشگری در شهرستان مشکین‌شهر، نتیجه گرفته‌اند که توسعه گردشگری در این شهرستان آثار نامطلوبی را در رابطه با محیط زیست، توسعه اقتصادی و اجتماعی در پی داشته است. افشارپور (۱۳۹۰)، به ارزیابی تأثیرات توسعه گردشگری در منطقه باغبادران اصفهان از دیدگاه جامعه میزبان و همچنین، تأثیر نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری بر ارزیابی آنان از این تأثیرات پرداخته است. نتایج وی نشان می‌دهد که یکدستی و همسانی بسیار قوی و یکپارچه‌ای بین ابعاد مختلف نگرش ساکنان محلی به گردشگری و نحوه ارزیابی آنان از تأثیرات توسعه گردشگری وجود دارد. به عبارت دیگر، بخشی از تأثیرات ارزیابی شده گردشگری، برآمده از نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری بوده و با فعالیت‌های گردشگری کاملاً مرتبط نیست. رضایی و دیگران (۱۳۹۰)، به بررسی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در روستای گازرخان قزوین پرداخته‌اند. مطابق نتایج این مطالعه، توسعه گردشگری در روستای گازرخان در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی موجب گسترش الگوهای فرهنگی گردشگران در رابطه با نوع پوشش، گویش محلی و غیره و در نتیجه کم‌رنگ شدن برخی جاذبه‌های فرهنگی در سطح منطقه شده است. عنابستانی و دیگران (۱۳۹۱)، پیامدهای اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری خانه‌های دوم در نواحی روستایی دهستان شیرین‌دره را بررسی کرده و ابعاد آن را بیان نموده‌اند. رضایی و دیگران (۱۳۹۱)، اثرهای منفی توسعه گردشگری در روستای ایبانه را ارزیابی کرده و این اثرها را در چهار بعد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی- اکولوژیک، فیزیکی- بهداشتی و زیست-محیطی دانسته‌اند. از جمله اثرهای منفی اجتماعی- فرهنگی، تغییرات منفی در فعالیت‌های سنتی و هنری روستاییان به منظور متناسب ساختن آنها برای گردشگران، کاهش تدریجی استفاده از گویش محلی، تأثیر رفتار و شیوه گردشگران بر رفتار و شیوه زندگی روستاییان، افزایش تمایل روستاییان به استفاده از کالاهای تجملاتی و تزئینی، افزایش تضادها و اختلافات محلی بین افراد بومی، ارزیابی شده‌اند.

نتایج مطالعه باویا^۱ (۲۰۰۲) پیرامون تأثیرات فرهنگی- اجتماعی گردشگری در دلتای اُکاوانگو در بوتسوانا، بیانگر دوسویه بودن این تأثیرات در آداب و رسوم محلی و هنجارهای فرهنگی سنتی این ناحیه بوده است. بایارد و دیگران^۲ (۲۰۰۹)، به مقایسه نگرش ذی‌نفعان مختلف نسبت به پیامدهای گردشگری در مناطق روستایی شمال غرب کالیفرنیا پرداخته، نشان دادند که مهم‌ترین پیامدهای منفی گردشگری شامل از بین رفتن سبک معماری سنتی بر اثر توسعه خانه‌سازی مدرن و گسترش تسهیلات گردشگری، آسیب به ابنیه و آثار تاریخی منطقه و افزایش جرم و بزهکاری در روستاها بوده است. جورج و همکاران (۲۰۰۹) در کتاب خود، توسعه گردشگری روستایی در کشور کانادا را از دیدگاه

1- Baiwa, J.E.M.

2- Byrd et al.

محلی‌گرایی و تغییرات فرهنگی مطالعه کرده‌اند. دیدگاه تنوریک آنان در مطالعات موردی‌شان پیرامون مناطق روستایی در چندین ایالت کانادا، که الگوی مطالعه حاضر نیز قرار گرفته است، بر این پایه استوار است که تأثیرات فرهنگی توسعه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند در طیف گسترده‌ای از گسست فرهنگی (rupture) تا پیوستگی و تداوم فرهنگی (continuity)، اتفاق افتد. برای هر کدام از دو سوی این طیف، محققان مؤلفه‌هایی را، به شرحی که در قسمت قبل آمد، ارائه نموده‌اند. احمد (۲۰۱۰)، در بررسی درک اثرهای اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و محیطی توسعه توریسم از سوی ساکنان بازار کاکس در بنگلادش، از سویی موافقت گسترده پاسخگویان با مزایای اقتصادی و اجتماعی توریسم و از سوی دیگر، تأثیرات منفی اجتماعی و فرهنگی آن در قالب افزایش جرم و اختلافات اجتماعی در منطقه را خاطر نشان ساخته است. اقبالی و دیگران (۲۰۱۱)، در بررسی ابعاد تأثیرگذاری گردشگری روستایی در استان سمنان، موارد منفی متعددی، چون: بالا بودن میزان ریسک فعالیت‌های گردشگری، افزایش هزینه‌ها، ایجاد تغییر در فرهنگ بومی، فشار بیش از حد بر منابع و امکانات محلی و تخریب آنها، ایجاد آلودگی‌های زیست-محیطی و فرسایش خاک را برمی‌شمارند. سینگلا^۱ (۲۰۱۴)، در مطالعه‌ای که به بررسی اثرهای فرهنگی- اجتماعی گردشگری در شهر جای‌پور هند پرداخته، اثرهای متعدد مثبت و منفی آن را از دید مردم متذکر شده، دیدگاه آنان نسبت به آینده توسعه گردشگری در این شهر را خوشبینانه ارزیابی می‌نماید.

روش‌شناسی پژوهش

معرفی منطقه

روستای ایبانه از نظر تقسیمات کشوری در دهستان برزورد، از توابع بخش حومه شهرستان نطنز در استان اصفهان قرار دارد. این روستا ارتفاع ۲۲۲۰ متر از سطح دریا، در ۲۰ کیلومتری غرب محور نطنز-کاشان، در منطقه کوهستانی کرکس با موقعیت جغرافیایی $23^{\circ} 59' 51''$ طول شرقی و $53^{\circ} 58' 33''$ عرض شمالی، در ۴۰ کیلومتری شمال غرب نطنز و ۸۰ کیلومتری جنوب غرب کاشان واقع شده است. در مسیر منتهی به ایبانه در بن‌بست دره کوهستانی ایبانه، قبل از ایبانه روستاهای هنجن، یارتد، گمجان، برز و طره واقع شده‌اند (ایبانه، ۱۳۹۱: ۷). طبق نتایج سرشماری‌های عمومی مرکز آمار، جمعیت روستای ایبانه طی دهه‌های اخیر کاهش‌های نوسانی شدیدی داشته است (جدول ۲)، به گونه‌ای که نرخ رشد کاهنده‌ای معادل ۲/۲۴- درصد را از سال ۶۵ تا ۹۰ تجربه کرده است.

جدول ۲) تعداد و نرخ رشد جمعیت روستای ایبانه از ۱۳۶۵ تا ۱۳۹۰

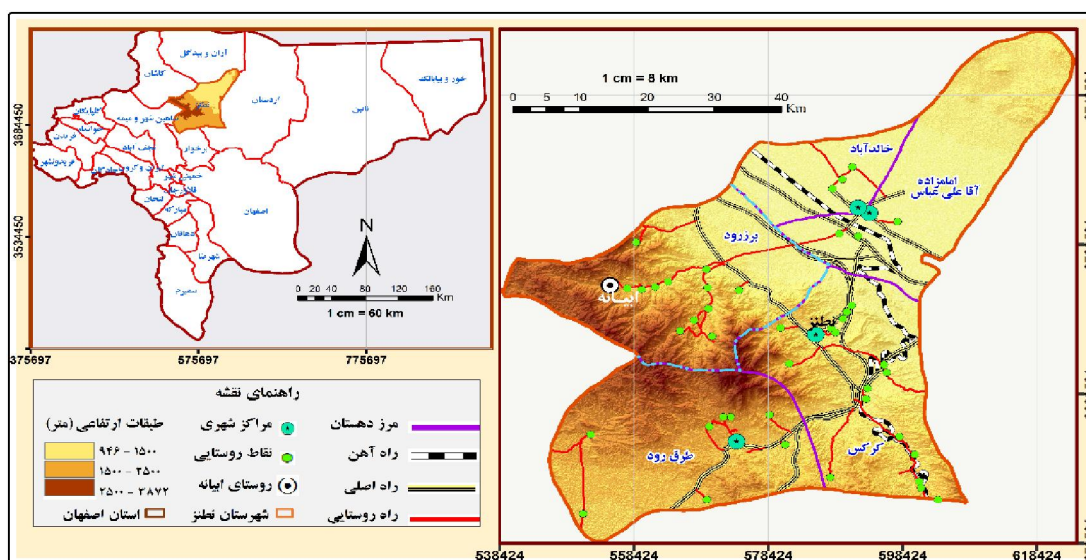
سال	۱۳۶۵	۱۳۷۵	۱۳۸۵	۱۳۹۰
جمعیت	۴۹۸	۲۹۴	۳۰۵	۲۸۳
نرخ رشد		-۵/۱۳	۰/۳۷	-۱/۴۹

شایان ذکر است که کل منطقه و شهرستان نیز طی این مدت با مهاجرت‌های نسبتاً شدید و کاهش جمعیت مواجه بوده‌اند. برای نمونه، جدول (۳) سیر نزولی تغییرات جمعیتی دهستان برزورد و کل شهرستان نطنز را از ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ نشان می‌دهد.

جدول ۳) تغییرات جمعیتی منطقه مورد مطالعه در سال‌های اخیر

منطقه	جمعیت ۱۳۸۵	جمعیت ۱۳۹۰	نرخ رشد
شهرستان نطنز	۴۴۵۵۱	۴۲۲۳۹	-۱/۰۶
دهستان برزورد	۲۵۰۰	۱۶۹۰	-۷/۵۳

آثار و جاذبه‌های غنی روستا شامل معماری روستا (خانه‌های کم‌وسعت، بدون حیاط، با سقف‌های کوتاه، به صورت پلکانی، ساخته شده از مصالح بومی و با کلاف‌کشی چوبی)، حسینیه، مسجد جامع، مسجد پُرزله، مسجد حاجت‌گاه، آتشکده هارپاک، معبد هینزا، سه قلعه و دو خانقاه (نیمه‌مخروبه)، غار پُری‌هیل، موزه مردم‌شناسی (از سال ۱۳۸۵) و منسوجات صنایع دستی (شامل چیت، گیوه، قالی و انواع لباس‌های زنانه و مردانه) است. این روستا در سال ۱۳۵۴ با شماره ۱۰۸۹ در فهرست آثار ملی کشور به ثبت رسیده است (سبزی و قدیری، ۱۳۹۰: ۶). شکل (۱) موقعیت ریاضی و موقعیت جغرافیایی نسبی روستای ایبانه را همراه با موقعیت دیگر سکونتگاه‌های روستایی و شهری شهرستان و انواع مختلف دسترس‌پذیری‌ها (راه‌های روستایی، راه‌های اصلی و راه آهن)، بر بستر توپوگرافیک منطقه نشان می‌دهد.



شکل (۱) نقشه توپوگرافی و موقعیت جغرافیایی روستای ایبانه نسبت به سکونتگاه‌های روستایی و شهری شهرستان نطنز

جامعه آماری، داده‌ها و ابزار گردآوری

جامعه آماری مطالعه، کل جمعیت ساکن روستا در مقطع زمانی انجام تحقیق (۲۸۳ نفر) بوده است. به علت کوچکی حجم جامعه، تمامی آن به صورت یک نمونه در نظر گرفته شد و در بین حداکثر افراد در دسترس، اقدام به تکمیل پرسشنامه و جمع‌آوری اطلاعات گردید. بر این اساس، با توجه به تعداد کمتر افراد بالای ۱۵ سال، کهولت سن برخی دیگر و همچنین، تمایل و مشارکت نسبتاً پایین برای همکاری، در نهایت تعداد ۱۱۵ پرسشنامه به عنوان نمونه آماری تکمیل گردید. علاوه بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان، متغیرهای متنوع و جامعی در خصوص ابعاد مختلف تأثیرات فرهنگی گردشگری بر محیط و ساختار اجتماعی- فرهنگی روستا، بخش‌های تشکیل دهنده پرسشنامه طراحی شده بوده‌اند. متغیرهای مذکور عمدتاً معطوف به بررسی و ارزیابی میزان و ابعاد کالایی شدن فرهنگ بومی و رسوم

محلی، نوع و میزان تعاملات فرهنگی جامعه میزبان و میهمان، تغییرات، رفتارها و نمودهای فرهنگی روستا بر اثر رواج گردشگری و ورود بیش از حد تحمل و ظرفیت روستا و غیره بوده است. اعتبارسنجی و اصلاح پرسشنامه به کمک آزمون آلفای کرونباخ و بر اساس داده‌های حاصل از نمونه‌ای مقدماتی به حجم ۲۵ نفر صورت گرفت و ضریب نهایی آن، پس از حذف گویه‌های ناهمگن برابر با ۰/۸۹ به دست آمد.

یافته‌های پژوهش

توصیف اجمالی نمونه آماری

از مجموع ۱۱۵ نفر نمونه انتخابی، ۷۳ نفر (۶۳/۴ درصد) مرد و ۴۲ نفر (۳۶/۵ درصد) زن بوده‌اند. سنین پاسخگویان از ۱۷ تا ۸۵ سال متغیر بوده و دارای میانگینی برابر با ۴۸ سال بوده است. از این میان ۳۸/۷ درصد آنان بی‌سواد، ۱۴۷/۶ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۱۰/۴ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۳۱/۳ درصد دیپلم و ۵/۲ درصد دارای تحصیلات بالاتر از دیپلم بوده‌اند. ۱۶/۷ درصد آنها دارای شغل آزاد، ۲۲/۲ درصد دولتی، ۵/۶ درصد بازنشسته، ۳۳/۳ درصد خانه‌دار و ۲۲/۵ درصد کشاورز بوده‌اند. گذشته از پاسخ‌های بینابین و افراد بی‌پاسخ، ۶۲/۱ درصد پاسخگویان توسعه گردشگری در روستا را فاقد هرگونه مزیتی برای روستا دانسته و در مقابل، ۲۸/۴ درصد قائل به مزیتی برای آن بوده‌اند. همچنین، ۷۸/۴ درصد از افراد (۹۱ نفر)، حضور گردشگران در روستا را بیش از حد تحمل و ظرفیت، ۱۶/۴ درصد (۱۹ نفر) متناسب با ظرفیت و تنها ۱/۷ درصد (۲ نفر) آن را کمتر از حد ظرفیت روستا ارزیابی نموده‌اند.

توصیف آماری و ارزیابی متغیرهای تحقیق در رابطه با تداوم یا گسست فرهنگی

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، مبنای نظری طراحی پرسشنامه در راستای هدف مطالعه، ارزیابی تغییرات و تأثیرات فرهنگی در گستره‌ای از تداوم^۲ تا گسست^۳ بوده است. چنین نگرشی در واقع ماهیت رابطه دوجبهی بین توریسم و فرهنگ‌های محلی را کنکاش می‌کند. بنابراین، برای ارزیابی گویه‌ها از طیفی دوقطبی، آنچنانکه در جدول (۴) نشان داده شده، استفاده شده است. به دو سوی طیف امتیازات مشابه مقارنی داده شده و برای محاسبه میانگین هر پاره طیف، برای گزینه‌های بی‌تغییر و بی‌نظر امتیازی در نظر گرفته نشده است. جدول (۴) ضمن معرفی گویه‌های نهایی پرسشنامه، توزیع فراوانی پاسخ‌ها، میانگین دو سوی طیف و بر اساس آن ارزیابی از وضعیت مؤلفه‌های اثرگذاری فرهنگی گردشگری در جامعه مورد مطالعه را (بسته به مثبت یا منفی بودن جهت هر گویه و با مقایسه میانگین‌های دو سوی طیف)، در گستره‌ای از تداوم تا گسست نشان می‌دهد.

چنانکه ملاحظه می‌شود، ارزیابی جامعه محلی در رابطه با وضعیت اکثر اِلمان‌های فرهنگی و اثرپذیری آنها از توسعه گردشگری، حاکی از سوق یافتن این عوامل و پارامترها به سمت گسست فرهنگی بوده است و تنها موارد معدودی همچنان تداوم خود را از دیدگاه جامعه محلی حفظ کرده‌اند. دقت در میانگین تأثیرات دوسویه در شئون فرهنگی جامعه روستایی مورد مطالعه حاکی از آن است که سوق به گسست‌های ذکر شده چندان شدید نبوده و در نتیجه هنوز فرصتی

1- carrying capacity
2- continuity
3- rupture

برای جبران باقی است. بر اساس تئوری تبادل اجتماعی، افراد مختلف تبادل و رابطه دوسویه فرهنگ و گردشگری را بر اساس هزینه و سود آن ارزیابی می‌نمایند. آن دسته از ساکنان محلی که از منافع گردشگری بهره می‌برند، نگاه مثبت‌تری به تأثیرات گردشگری داشته و دسته دیگری که هزینه‌های آن را متحمل می‌شوند، دیدگاه منفی نسبت به آن خواهند داشت. هنگام انجام عملیات میدانی و مصاحبه با مردم محلی، این امر بوضوح نمایان بود.

جدول (۴) توصیف آماری متغیرهای تحقیق و ارزیابی رابطه دوسویه توسعه گردشگری با المان‌های فرهنگی

وضعیت	میانگین		توزیع فراوانی						از زمانی که گردشگری در روستای ایبانه رواج پیدا کرده:
	تأثیر کمتر	تأثیر بیشتر	بی نظر (۰)	خیلی کمتر شده (۲)	کمتر شده (۱)	فرقی نکرده (۰)	بیشتر شده (۱)	خیلی بیشتر شده (۲)	
تداوم	۱/۲۶	۱/۵۵	۰	۱۰	۲۸	۴۹	۱۳	۱۶	رسم و رسومات محلی
گسست	۱/۴۲	۱/۳۰	۳	۱۵	۲۱	۳۶	۲۸	۱۲	تهیه غذاها به روش محلی
گسست	۱/۳۴	۱/۲۵	۴	۱۰	۱۹	۳۰	۳۹	۱۳	توجه به میراث‌های سنتی فراموش شده
بینابین	۱/۳۷	۱/۳۵	۵	۱۱	۱۹	۵۰	۲۰	۱۱	توجه به اصالت مراسم سنتی
بینابین	۱/۳۰	۱/۳۱	۴	۳	۷	۴۶	۳۷	۱۷	نمایشی شدن آداب و رسوم فرهنگی روستا
گسست	۱/۲۴	۱/۳۶	۴	۶	۱۹	۴۸	۲۵	۱۴	کمرنگ شدن آداب و رسوم و سنت‌ها
گسست	۱/۲۵	۱/۳۵	۴	۲	۶	۳۶	۴۴	۲۴	کم توجهی به ایام و مناسبت‌های خاص فرهنگی
تداوم	۱/۸۰	۱/۲۳	۶	۴	۱	۵۷	۳۷	۱۱	تغییر کیفیت غذاها و خشکبار محلی به علت تقاضای زیاد
تداوم	۱/۴۳	۱/۱۱	۸	۳	۴	۴۶	۴۷	۶	تصنعی و نمایشی شدن پوشش مردم
گسست	۱/۲۵	۱/۲۱	۱	۱	۳	۲۶	۶۶	۱۸	آگاهی نسبت به میراث فرهنگی
گسست	۱/۲۷	۱/۳۱	۵	۶	۱۶	۳۸	۳۵	۱۶	تضاد فرهنگی - اجتماعی بین گردشگران و مردم
تداوم	۱/۲۹	۱/۲۵	۲	۵	۱۲	۴۹	۳۶	۱۲	استفاده از لغات بیگانه با فرهنگ محلی
گسست	۱/۴۳	۱/۲۵	۱۱	۳	۴	۴۷	۳۸	۱۳	انگیزه مردم برای آشنایی با دیگر فرهنگ‌ها
بینابین	۱/۰۴	۱/۰۰	۱	۱	۲۴	۵۹	۳۰	۰	استفاده از رسانه‌های جمعی
گسست	۱/۳۹	۱/۱۸	۵	۹	۱۴	۲۰	۵۵	۱۲	تفاهم و تبادل فرهنگی با گردشگران
تداوم	۱/۶۴	۱/۴۴	۰	۹	۵	۸	۵۳	۴۱	تخریب میراث فرهنگی و آثار باستانی
گسست	۱/۴۱	۱/۲۶	۳	۱۶	۲۳	۱۵	۴۲	۱۵	حفاظت از بافت‌های سنتی روستا
گسست	۱/۶۰	۱/۱۴	۱۱	۳	۲	۴۲	۴۹	۸	آشنایی مردم محلی با فرهنگ‌های دیگر
تداوم	۱/۴۰	۱/۴۴	۳	۲	۳	۶	۵۷	۴۴	انگیزه برای سواد و تحصیلات بیشتر
گسست	۱/۳۸	۱/۲۶	۳	۳	۵	۱۵	۶۶	۲۳	توجه گردشگران در بازارچه به مردم محلی
گسست	۱/۵۰	۱/۲۲	۳	۱	۱	۳۳	۶۰	۱۷	آگاهی‌های فرهنگی مردم روستا
گسست	۱/۴۶	۱/۲۲	۴	۱۳	۱۵	۲۸	۴۳	۱۲	احترام متقابل بین گردشگران و مردم
گسست	۱/۴۶	۱/۵۰	۳	۶	۷	۲۱	۳۹	۳۹	مهاجرت مردم محلی
گسست	۱/۵۸	۱/۲۹	۰	۴۶	۳۴	۲۱	۱۰	۴	جمعیت روستا نسبت به قبل
گسست	۱/۴۵	۱/۲۳	۱	۹	۱۱	۳۴	۴۶	۱۴	تمایل به ماندن افراد بزرگسال در روستا
گسست	۱/۵۸	۱/۱۴	۱	۴۲	۳۰	۱۴	۲۴	۴	آرامش مردم روستا
تداوم	۱/۴۰	۱/۳۱	۱۱	۶	۹	۳۵	۳۷	۱۷	ناهنجاری‌های اجتماعی
گسست	۱/۴۴	۱/۳۳	۴	۴	۵	۱۸	۵۶	۲۸	احساس افتخار مردم محلی نسبت به روستا
گسست	۱/۳۳	۱/۱۳	۱۰	۳	۶	۴۴	۴۵	۷	پشرفت و شناخته‌تر شدن مردم و روستا
تداوم	۱/۴۰	۱/۲۹	۵	۲	۳	۲۵	۵۷	۲۳	مادی شدن برخی کارهای هنری روستا
تداوم	۱/۶۷	۱/۲۳	۶	۴	۲	۴۶	۴۴	۱۳	رقابت و چشم‌هم‌چشمی بین مردم روستا
تداوم	۱/۱۵	۱/۳۷	۴	۴	۲۳	۳۳	۳۲	۱۹	رابطه و صمیمیت مردم روستا با یکدیگر
گسست	۱/۴۷	۱/۲۲	۳	۸	۹	۲۲	۵۷	۱۶	تمایل مردم به برقراری ارتباط با گردشگران
تداوم	۱/۲۱	۱/۲۹	۵	۵	۱۹	۲۸	۴۱	۱۷	انسجام و یکپارچگی اجتماعی و خانوادگی مردم
گسست	۱/۲۴	۱/۲۰	۲	۶	۱۹	۲۴	۵۱	۱۳	مشارکت و حس همکاری در بین اهالی روستا

اکتشاف و ارزیابی ابعاد تأثیرگذاری فرهنگی گردشگری در روستای ایبانه

(تحلیل عاملی و تلخیص مجموعه متغیرها)

برای پی بردن به جنبه‌های اصلی تأثیرات گردشگری بر روستای ایبانه، با استفاده از تحلیل عاملی به تلخیص ابعاد متغیرها به گونه‌ای که بیانگر نتیجه و تأثیر این پدیده در منطقه باشد، اقدام شد. برای این منظور، امتیازدهی مجدد به گزینه‌های طیف دوجوهی مورد استفاده، در دامنه یک (خیلی کمتر شده) تا پنج (خیلی بیشتر شده) صورت گرفت و برای گزینه بی‌نظر (نظری ندارم) امتیازی منظور نگردید.

برای اطمینان از تناسب داده‌ها برای تحلیل، با محاسبه ماتریس ضرایب همبستگی بین متغیرها و اجرای آزمون بارتلت، آماره KMO محاسبه گردید. آزمون فوق، این فرضیه را آزمون می‌کند که ماتریس همبستگی‌های بین متغیرها، متعلق به جامعه‌ای با متغیرهای ناهمبسته نیست. چنانچه مقدار این آماره بزرگتر از ۰/۷ باشد، همبستگی متغیرها برای اجرای تحلیل عاملی مناسب خواهد بود و با مقدار معنی‌دار این آماره از ۰/۵ تا ۰/۷ نیز با احتیاط بیشتری می‌توان به اجرای تحلیل عاملی پرداخت؛ اما چنانچه مقدار KMO کمتر از ۰/۵ باشد، داده‌ها برای اجرای این تحلیل تناسب لازم را ندارند. مقدار محاسبه شده این شاخص در تحلیل حاضر برابر با ۰/۶۵ با سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ به دست آمد که بیانگر وجود همبستگی‌های لازم بین متغیرها و تناسب داده‌ها برای اجرای تحلیل است. جدول (۴)، نتایج حاصل از استخراج عامل‌ها بر اساس روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی، همراه با مقادیر ویژه و سهم هر کدام از آنها در تبیین واریانس مجموعه اولیه متغیرها را -یک بار بدون چرخش عاملی و یک بار با چرخش عاملی به روش متعامد واریماکس- نشان می‌دهد.

شایان ذکر است که در روش تجزیه به مؤلفه‌های اصلی، تعداد عامل‌های استخراجی درست به تعداد متغیرهای وارد شده به مدل است که مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس آنها ترتیب نزولی دارد و از آنجایی که از اهداف اصلی این تحلیل کاهش ابعاد متغیرهاست، این مقادیر در عامل‌های انتهایی عملاً صفر یا نزدیک به صفر است. به همین دلیل، معمولاً تنها آن تعداد از عامل‌های نخست که از مقادیر ویژه بزرگتر از واحد برخوردارند، به عنوان سازه‌های زیربنایی استخراج شده در نظر گرفته شده و تحلیل می‌شوند. به علت زیاد بودن متغیرهای وارد شده به مدل و برای جلوگیری از افزایش حجم مقاله، جدول (۵) نتایج تبیین واریانس را تنها برای عامل‌های اصلی با مقادیر ویژه بزرگتر از یک نشان می‌دهد.

جدول (۵) عامل‌های استخراج شده، مقادیر ویژه و درصد تبیین واریانس آنها از مجموعه متغیرها

مجموع ضرائب فاکتور چرخیده (به روش واریماکس)			مقادیر ویژه اولیه (بدون چرخش عاملی)			عوامل
% تجمعی	% تبیین واریانس	مقدار ویژه	% تجمعی	% تبیین واریانس	مقدار ویژه	
۹/۶۵	۹/۶۵	۳/۲۸	۱۹/۲۵	۱۹/۲۵	۶/۵۴	۱
۱۸/۵۲	۸/۸۷	۳/۰۲	۲۶/۶۹	۷/۴۳	۲/۵۲	۲
۲۶/۴۴	۷/۹۲	۲/۶۹	۳۳/۴۴	۶/۷۵	۲/۲۹	۳
۳۳/۳۵	۶/۹۱	۲/۳۵	۳۸/۷۸	۵/۳۴	۱/۸۱	۴
۳۹/۷۰	۶/۳۵	۲/۱۶	۴۳/۹۱	۵/۱۲	۱/۷۴	۵
۴۵/۵۳	۵/۸۳	۱/۹۸	۴۸/۴۸	۴/۵۷	۱/۵۵	۶
۵۱/۲۹	۵/۷۶	۱/۹۶	۵۲/۸۱	۴/۳۲	۱/۴۷	۷
۵۶/۱۸	۴/۸۹	۱/۶۶	۵۶/۸۸	۴/۰۷	۱/۳۸	۸
۶۰/۳۸	۴/۲۰	۱/۴۳	۶۰/۳۸	۳/۲۴	۱/۱۰	۹

چنانکه ملاحظه می‌شود، تجزیه مجموعه متغیرهای اولیه به مؤلفه‌های اصلی، به استخراج ۹ عامل با مقادیر ویژه بزرگتر از ۱ منجر شده که در مجموع بیش از ۶۰ درصد واریانس مجموعه اولیه متغیرها را تبیین می‌کنند. علاوه بر ساختار واضح‌تر عامل‌های چرخیده (با توجه به نتایج جدول بعد)، تبیین واریانس‌ها در جدول بالا نیز نشان می‌دهد که فاصله زیاد عامل نخست با بقیه عامل‌ها بر اثر چرخش بسیار کمتر شده و عامل‌های استخراجی ترکیب منطقی‌تری یافته‌اند. ادامه تحلیل، ساختار عامل‌های استخراجی را با توجه به همبستگی‌هایی که بین آنها و متغیرهای اولیه وجود دارد، مشخص می‌سازد. این ضرایب همبستگی در واقع نحوه بارگیری عامل‌ها از متغیرها را نشان می‌دهند و به همین دلیل بارهای عاملی نیز نامیده می‌شوند. جدول (۶) ماتریس بارهای عاملی چرخیده را برای ۹ عامل استخراجی نشان می‌دهد.

جدول (۶) بارگیری عامل‌های استخراجی از متغیرهای اولیه (ماتریس بارهای عاملی چرخیده)

عامل‌ها									متغیرهای اولیه
۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
								۰/۷۶	تهیه غذاها به روش محلی
								۰/۷۰	رسوم محلی
								۰/۶۷	توجه به اصالت مراسم سنتی روستا
								۰/۵۴	نمایشی شدن آداب و رسوم فرهنگی روستا
								۰/۴۷	کم توجهی به ایام و مناسبت‌های خاص فرهنگی
							۰/۶۶		مشارکت حس همکاری در بین اهالی روستا
							۰/۶۳		انسجام و یکپارچگی اجتماعی و خانوادگی مردم روستا
							۰/۶۳		رقابت و چشم و هم‌چشمی بین اهالی روستا
							۰/۵۷		رابطه و صمیمیت مردم روستا با یکدیگر
							۰/۴۸		انگیزه اهالی روستا برای آشنایی با فرهنگ‌های دیگر
						۰/۷۵			تمایل مردم به برقراری ارتباط با گردشگران
						۰/۶۵			تفاهم و تبادل فرهنگی با گردشگران
						۰/۵۶			احترام متقابل بین گردشگران و مردم روستا
						۰/۴۷			انگیزه اهالی برای کسب سواد و تحصیلات بیشتر
					۰/۸۱				مادی شدن برخی صنایع و کارهای هنری در روستا
					۰/۵۴				تصنعی و نمایشی شدن پوشش مردم روستا
					۰/۵۰				نمایشی شدن آداب و رسوم فرهنگی روستا
					۰/۴۸				توجه گردشگران در بازارچه به مردم محلی
				۰/۷۸					آگاهی مردم روستا نسبت به میراث فرهنگی و تاریخی
				۰/۷۷					سطح آگاهی‌های فرهنگی مردم روستا
			۰/۷۱						تخریب میراث فرهنگی و آثار باستانی
			۰/۶۳						حفاظت از بافت‌های سنتی روستا
		۰/۷۵							تضاد فرهنگی- اجتماعی بین گردشگران و مردم روستا
		۰/۷۴							ناهنجاری‌های اجتماعی
	۰/۸۲								احساس غرور و افتخار مردم محلی نسبت به روستا
	۰/۵۲								پیشرفت و شناخته‌تر شدن مردم و روستا
۰/۷۹									استفاده از لغات بیگانه با فرهنگ مردم محلی
۰/۴۸									تغییر کیفیت غذاها و خشکیار به علت تقاضای زیاد گردشگران
۰/۴۵									کمرنگ شدن آداب و رسوم و سنت‌ها

با توجه به میزان بارگیری‌های عاملی یا همبستگی هر عامل با متغیرهای اولیه، می‌توان به نامگذاری آنها به شرحی که

در ادامه خواهد آمد، اقدام نمود. این بار نیز لازم است اشاره کنیم که گرچه هر عاملی یک ترکیب خطی از تمامی متغیرهای وارد شده به مدل است و در نتیجه ضرایب بارهای عاملی بین تمامی متغیرها و عامل‌ها محاسبه و در ماتریس بالا گزارش می‌شوند، به منظور نشان دادن واضح‌تر ساختار عامل‌ها و در نتیجه سهولت نامگذاری آنها، تنها ضرایب بزرگ‌تر از ۰/۴۵ در این جدول گزارش شده‌اند و در همین راستا، متغیرها نیز نه به ترتیب ورود به مدل، بلکه به ترتیب بزرگی ضرایبشان با عامل‌ها مرتب شده‌اند. بعلاوه، تعداد اندکی از متغیرها که ضریب بارگیری هیچ‌کدام از ۹ عامل در نظر گرفته شده از آنها از مقدار معیار ۰/۴۵ بیشتر نبوده، در این جدول نیامده‌اند. با توجه به محتوای جدول، در ادامه نامگذاری و شرح عامل‌ها، که در واقع بیانگر ابعاد زیربنایی مختلف تأثیرگذاری‌های فرهنگی گسترش گردشگری در روستای ایبانه است، ارائه شده است:

- نخستین و مهم‌ترین عامل با مقدار ویژه ۳/۲۸ و تبیین ۹/۶۵ درصد از واریانس متغیرها، بیانگر تأثیر فرهنگی گردشگری بر «آداب و رسوم محلی» در روستای ایبانه است. این عامل از متغیرهای تهیه غذاهای محلی، رسوم محلی، توجه به اصالت مراسم سنتی روستا، نمایشی شدن آداب و رسوم روستا و کم‌توجهی به ایام و مناسبت‌های خاص فرهنگی، بارگیری کرده است.

- دومین عامل با مقدار ویژه ۳/۰۲ و تبیین ۸/۸۷ درصد از واریانس مجموعه متغیرها، تأثیر فرهنگی گسترش گردشگری بر «تعامل و انسجام اجتماعی» در جامعه محلی ایبانه را بیان می‌کند. این عامل از متغیرهای مشارکت و حس همکاری در بین اهالی روستا، انسجام و یکپارچگی اجتماعی و خانوادگی اهالی روستا، رقابت و چشم و هم‌چشمی بین اهالی روستا و رابطه و صمیمیت مردم روستا با یکدیگر، بارگیری نموده است.

- سومین عامل با مقدار ویژه ۲/۶۹ و تبیین ۷/۹۲ درصد از واریانس مجموعه متغیرهای اولیه، با بارگیری از متغیرهای تمایل مردم به برقراری ارتباط با گردشگران، تفاهم و تبادل فرهنگی بین مردم و گردشگران، احترام متقابل بین گردشگران و مردم و انگیزه مردم محلی برای کسب سواد و تحصیلات بیشتر، بیانگر «مبادلات فرهنگی» بر اثر گسترش گردشگری در روستای ایبانه است.

- چهارمین عامل با مقدار ویژه ۲/۳۵ و تبیین ۶/۹۱ درصد از واریانس متغیرها، تأثیر گسترش گردشگری بر «کالایی شدن فرهنگ» را حکایت می‌کند که از متغیرهای مادی شدن برخی از فعالیت‌های سنتی و هنری روستا، تصنعی و نمایش شدن پوشش مردم روستا، نمایشی شدن آداب و رسوم فرهنگی روستا و توجه گردشگران در بازارچه به مردم محلی، بارگیری کرده است.

- پنجمین عامل با مقدار ویژه ۲/۱۶ و تبیین ۶/۳۵ درصد از مجموع واریانس متغیرهای اولیه، از متغیرهای آگاهی‌های مردم روستا نسبت به میراث فرهنگی و تاریخی خود و سطح آگاهی‌های فرهنگی مردم روستا، بارگیری نموده و بنابراین تأثیر فرهنگی «توجه به میراث فرهنگی» بر اثر توسعه گردشگری را بیان می‌کند.

- ششمین عامل با مقدار ویژه ۱/۹۸، و تبیین ۵/۸۳ درصد از واریانس مجموعه متغیرهای اولیه، با متغیرهای تخریب میراث فرهنگی و آثار باستانی و حفاظت از بافت‌های سنتی روستا، همبستگی بالایی داشته و در واقع، تأثیر گسترش گردشگری بر «نمودهای فرهنگی» را بیان می‌نماید.

- هفتمین عامل با مقدار ویژه ۱/۹۶ و ۵/۷۶ درصد تبیین واریانس، بروز «ناهنجاری‌های فرهنگی» بر اثر گسترش گردشگری در ایبانه را حکایت می‌نماید که از متغیرهای تضاد و تقابل فرهنگی- اجتماعی بین گردشگران و مردم محلی و ناهنجاری‌های اجتماعی، بارگیری نموده است.

- هشتمین عامل با مقدار ویژه ۱/۶۶ و ۴/۸۹ درصد تبیین واریانس، «تشخص فرهنگی» نامگذاری شده و با بارگیری از متغیرهای احساس غرور و افتخار مردم محلی نسبت به روستا و پیشرفت و شناخته‌تر شدن مردم و روستا، حاصل شده است.

- نهمین و آخرین عامل با مقدار ویژه ۱/۴۳ و ۴/۲ درصد تبیین واریانس متغیرها، تأثیر توسعه گردشگری در حوزه «تغییرات یا واگشت‌های فرهنگی» در ایبانه را بیان می‌کند. بارگیری عمده این عامل از متغیرهای استفاده از لغات و اصطلاحات بیگانه با فرهنگ مردم محلی، تغییر در کیفیت غذاها و خشکبار محلی به علت تقاضای زیاد گردشگران و کم‌رنج شدن آداب و رسوم و سنت‌ها، بوده است.

با توجه به جهت متغیرها یا گویه‌های مؤثر در شکل‌گیری بعضی از عامل‌های استخراجی و همچنین نحوه نامگذاری آنها، مثبت یا منفی بودن تأثیرات فرهنگی ارزیابی شده، در مواردی قابل تشخیص است. برای اینکه بتوان جهت و نحوه بروز تأثیرات فرهنگی برشمرده شده را ارزیابی نمود، بار دیگر عامل‌های استخراجی را همراه با میانگین گویه‌هایی که بیشترین بارگیری را از آنها داشته‌اند (جدول ۶)، در جدول (۷) مرور می‌نماییم.

جدول ۷) تأثیرات فرهنگی گردشگری در روستای ایبانه و میانگین مقیاس متغیرهای اصلی مربوطه

عامل	نام عامل (عرصه‌های اثرگذاری فرهنگی گردشگری)	مقدار ویژه	میانگین مقیاس گویه‌های مؤثر
۱	آداب و رسوم محلی	۳/۲۸	۲/۸۵
۲	تعامل و انسجام اجتماعی	۳/۰۲	۲/۶۶
۳	مبادلات فرهنگی	۲/۶۹	۲/۶۵
۴	کالایی شدن فرهنگ	۲/۳۵	۲/۴۳
۵	توجه به میراث فرهنگی	۲/۱۶	۲/۵۸
۶	نمودهای فرهنگی	۱/۹۸	۲/۷۰
۷	ناهنجاری‌های فرهنگی	۱/۹۶	۲/۸۲
۸	تشخص فرهنگی	۱/۶۶	۲/۴۰
۹	تغییرات (واگشت‌های) فرهنگی	۱/۴۳	۲/۵۴

چنانکه ملاحظه می‌شود، در همه موارد میانگین مقیاس از حد متوسط طیف (۳) کمتر است. به عبارت دیگر، تأثیرات فرهنگی گردشگری در عرصه‌های آداب و رسوم محلی، تعامل و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، توجه به میراث فرهنگی، نمودهای فرهنگی و تشخص فرهنگی، منفی بوده است (امتیازهای ۲ و ۱ به کمتر و خیلی کمتر شدن جلوه‌های فرهنگی مورد اشاره در گویه‌ها تعلق گرفته است). بنابراین، همان‌گونه که ارزیابی تک‌تک گویه‌ها نیز در جدول (۴) نشان داد، تأثیرات توسعه گردشگری در روستای مورد مطالعه بیشتر به گسست عوامل و عرصه‌های فرهنگی در این روستا دامن زده است، تا تداوم فرهنگی. این وضعیت در رابطه با حوزه‌های ناهنجاری‌های فرهنگی، کالایی شدن

فرهنگ^۱ و تغییرات فرهنگی متفاوت بوده و میانگین‌های مقیاس پایین‌تر از متوسط بیانگر آن است که مخاطراتی از این دست، کمتر از تأثیرات فرهنگی در عرصه‌های دیگر است. گرچه با توجه به نزدیک بودن میانگین مقیاس‌های مربوطه به وسط طیف، شدت تأثیرات منفی فرهنگی یا به عبارتی، تضعیف شدن مؤلفه‌های فرهنگی بر اثر گردشگری چندان زیاد نیست؛ اما با این حال تشخیص فرهنگی و توجه به میراث فرهنگی (عامل‌های هشتم و پنجم)، بیش از موارد دیگر به گسست گرایش داشته‌اند. در مجموع، از نتایج چنین برمی‌آید که تداوم گردشگری انبوه در روستای ابیانه به شکل فعلی آن، مشکلات و پیامدهای فرهنگی ناگواری را برای جامعه محلی و پایداری آن در آینده در پی خواهد داشت.

در ادامه تحلیل‌های صورت گرفته، رابطه بین عامل‌های استخراجی و متغیرهای دموگرافیکی زمینه‌ای (جنسیت، سن، تحصیلات و شغل) ارزیابی شد. نتایج این تحلیل نشان داد که بجز موارد معدودی، بین ویژگی‌های زمینه‌ای فوق و عامل‌های استخراجی رابطه معنی‌دار و قابل ملاحظه‌ای وجود ندارد. به عبارت دیگر، افراد جامعه محلی از جنسیت‌ها، مشاغل و سطوح مختلف تحصیلات، ارزیابی‌های نسبتاً همسو و مشابهی از تأثیرات توسعه گردشگری در روستای خود داشته‌اند. تنها تفاوت‌های معنی‌دار مربوط به ارزیابی ناهنجاری‌های فرهنگی (عامل هفتم) در بین مشاغل مختلف و سنین مختلف بوده است. تحلیل همبستگی، نتایج آزمون تجزیه واریانس و در ادامه آن پس‌آزمون دانکن، نشان داد افرادی که همزمان از سنین کمتر و مشاغل دولتی بوده‌اند و در نتیجه مرادده، آشنایی و توان و ظرفیت پذیرش ذهنی بیشتری نسبت به جوامع دیگری در بیرون از جامعه محلی خود و فرهنگ‌های آنها دارند، در مقایسه با سنین بالاتر و مشاغل دیگر که فعالیت‌ها و مشغله‌های ذهنی آنها بیشتر معطوف به همان جامعه محدود و محلی است، بروز و شدت ناهنجاری‌های فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری را کمتر ارزیابی نموده‌اند. همان‌گونه که پیشتر ذکر شد، در رابطه با دیگر عامل‌ها یا جوانب تأثیرگذاری‌های فرهنگی گردشگری، اختلاف معنی‌داری در ارزیابی‌های بخش‌های مختلف جامعه محلی (بر حسب سن، جنس، تحصیلات و شغل) وجود نداشته و تأثیرات درک شده از سوی همه تقریباً یکسان بوده است.

نتیجه‌گیری

امروزه اهمیت صنعت گردشگری از نظر اقتصادی و اشتغال‌زایی به حدی است که می‌توان آن را به عنوان نیروی محرکه اقتصادی هر کشوری محسوب نمود. گردشگری مزیت‌های فراوانی دارد و می‌تواند منبع مهمی برای ایجاد فرصت‌های شغلی و درآمدی و در نتیجه عاملی در راستای توسعه بویژه در مناطق روستایی باشد. از سوی دیگر، چنانچه این فعالیت و گسترش آن در مناطق روستایی، که برای بسیاری از گردشگران و کسانی که جویای آرامش و گریز از روزمرگی زندگی شهری و فشارها و استرس‌های ناشی از آن از طریق سپری نمودن بخش‌هایی از اوقات فراغت خود در محیط‌های آرام و دورافتاده غالباً روستایی هستند، بدون برنامه و مدیریت صحیح و اصولی صورت بگیرد، در بلندمدت آسیب‌ها و مخاطراتی را برای مناطق روستایی در ابعاد مختلف محیطی و اجتماعی در پی خواهد داشت و به این ترتیب، با هدف و فلسفه اولیه خود؛ یعنی کمک به توسعه مناطق روستایی، در تقابل و تضاد قرار خواهد گرفت. اثرهای اجتماعی و فرهنگی گردشگری، شیوه‌ها و رویه‌هایی هستند که از طریق آنها، گردشگری تغییراتی را در نظام‌های ارزشی، الگوهای

رفتار افراد، روابط خانوادگی و اجتماعی جوامع هدف، سبک زندگی جمعی، مراسم و آداب و رسوم سنتی و کارکردهای نهادها و سازمان‌های اجتماعی سنتی، بمرور ایجاد می‌کند. شناسایی و آینده‌نگری در رابطه با انواع مختلف و جوانب مثبت و منفی این گونه تغییر و تبدیل‌ها، در راستای جلوگیری از بروز و پیامدهای آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن برای جوامع میزبان؛ بویژه در مناطق روستایی، از اهمیت و ضرورتی غیر قابل انکار برخوردار بوده و هرگونه اهمال و کوتاهی در این زمینه، چه بسا غیرقابل جبران خواهد بود. به عبارت دیگر، همان‌گونه که استفاده یا بهره‌برداری از فرهنگ و داشته‌های فرهنگی جوامع روستایی، ممکن است در شرایطی و با رعایت جوانب لازم، برای پایداری اقتصادی این جوامع مفید واقع شود، توجه به پایداری فرهنگی و مصون و پایدار ماندن بنیان‌های فرهنگی این جوامع، از اولویت و تقدم بیشتری برخوردار است. این امر نیازمند پایش نحوه و میزان گسترش گردشگری‌های روستایی و برنامه‌ریزی‌هایی برای هدایت اصولی و منطقی آنها در آینده برای حمایت از میراث فرهنگی و دستیابی به شرایط لازم برای حفظ و نگهداشت جمعیت‌های محلی است.

ایبانه، یکی از شاخص‌ترین روستاهای گردشگری ایران با سابقه نسبتاً طولانی است. معماری، تاریخ و فرهنگ محلی، جاذبه‌های مهم گردشگری روستا هستند که سالانه گردشگران داخلی و خارجی بسیار زیادی را، فراتر از ظرفیت کالبدی و محیطی آن، روانه منطقه نموده و گردشگری به شکل بسیار انبوه آن در این روستا همچنان رو به توسعه بیشتر است. این وضعیت همراه با مهاجرت گسترده جمعیت جوان روستا و سالخوردگی ساختار جمعیتی آن، بسیاری از عناصر فرهنگ بومی و سنتی این روستا را، که منابع اصلی و اولیه توسعه گردشگری آن هستند، با تهدیدهایی روبه‌رو نموده است. این وضعیت را با توجه تعاریف موجود، می‌توان «کالایی شدن فرهنگ محلی» نامید که مطابق نتایج مطالعه حاضر و مطالعات مشابه دیگر، تضعیف این فرهنگ نتیجه قطعی و بروز یافته آن است. چنانکه نتایج، با مراجعه به قضاوت و ارزیابی جامعه محلی نشان داد، تأثیرات فرهنگی منفی در حوزه‌های آداب و رسوم محلی، روابط و انسجام اجتماعی، مبادلات فرهنگی، توجه به میراث فرهنگی، آگاهی‌های عمومی، ناهنجاری‌های فرهنگی، نمودهای رفتاری و واگشت‌های فرهنگی، نمودهایی از کالایی شدن و تضعیف فرهنگ سنتی روستا بر اثر رواج و گسترش گردشگری در این روستا هستند. البته شدت این پیامدها در همه موارد کمتر از حد متوسط بوده است. به عبارت دیگر، اگرچه توسعه گردشگری به «تداوم» فرهنگ محلی در این عرصه‌ها کمکی نکرده و آن را با تهدیداتی نیز مواجه ساخته است؛ اما «گسست»های فرهنگی ایجاد شده نیز در سطوح بحرانی و غیرقابل جبرانی نبوده‌اند. توجه مسؤولان و مشارکت و همکاری جامعه محلی برای وضع و اجرای قوانین و برنامه‌هایی در راستای جایگزین نمودن توسعه گردشگری جامعه‌محور و در حد ظرفیت روستا به جای گردشگری انبوه فعلی، می‌تواند پویایی و تداوم فرهنگی را به تمامی عرصه‌های فوق بازگرداند. مسلماً تداوم گردشگری در روستای ایبانه به‌طور جدی نیازمند تدوین ساختار مدیریتی صحیح و مناسب، سیاست‌گذاری‌های مرتبط و بهینه (برای نمونه دسته‌بندی و ارزش‌گذاری اقتصادی جاذبه‌ها و زمینه‌های گردشگری روستا) برای توسعه آن در آینده است.

منابع

- ۱- ایبانه، ویدا. (۱۳۹۱). توان‌های گردشگری روستای ایبانه و راهکارهای توسعه آن با استفاده از مدل SWOT، همایش ملی جغرافیا و گردشگری در هزاره سوم، دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد.
- ۲- افشارپور، فرزانه. (۱۳۹۰). بررسی تأثیرات توسعه توریسم و چشم‌انداز آینده آن (مطالعه موردی: منطقه باغ بهادران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، استاد راهنما: عباس امینی، دانشگاه اصفهان
- ۳- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی. (۱۳۸۹). گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: سمت.
- ۴- تولایی، سیمین و شاهدی، ناصر. (۱۳۸۷). ارزیابی آثار دموگرافیک و فرهنگی گردشگری در سرعین اردبیل، علوم جغرافیایی، ش ۱۱، صص ۱۹۱-۲۰۵.
- ۵- رضایی، روح‌الله؛ شریف‌زاده، ابوالقاسم و اسدپاسکی، امیر. (۱۳۹۰). واکاوای پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین (مطالعه موردی: روستای گازرخان)، مسکن و محیط روستا، ش ۱۳۷، صص ۸۳-۹۶.
- ۶- رضایی، روح‌الله؛ حسینی، سید محمود؛ رنجبران، پریسا و صفا، لیلا. (۱۳۹۱). ارزیابی اثرات منفی توسعه گردشگری در روستای ایبانه استان اصفهان با استفاده از مدل تحلیل عاملی، فضای گردشگری، ش ۱، صص ۲۸-۳۸.
- ۷- رضوانی، محمدرضا و صفائی، جواد. (۱۳۸۴). گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی؛ فرصت یا تهدید (مورد مطالعه: نواحی روستایی شمال تهران)، پژوهش‌های جغرافیایی، ش ۵۴، صص ۱۰۹-۱۲۱.
- ۸- ضرابی، اصغر و اسلامی، صدیف. (۱۳۸۹). سنجش تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست-محیطی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهرستان مشکین‌شهر)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ش ۷۵، صص ۳۷-۵۲.
- ۹- ضیایی، محمود و ترایان، پونه. (۱۳۸۹). سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران؛ مورد مطالعه: سکونتگاه‌های روستایی حوزه تالاب پریشان، فصلنامه جغرافیا، ش ۲۷، صص ۲۰۵-۲۲۵.
- ۱۰- علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر؛ بدری، سیدعلی و فرجی سبکبار، حسن علی. (۱۳۸۶). نگرش جامعه‌میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی نوشهر)، روستا و توسعه، ش ۲۷، صص ۱-۲۲.
- ۱۱- عنابستانی، علی‌اکبر؛ بوذرجمهری، خدیجه و صاحب‌کار، ناهید. (۱۳۹۱). پیامدهای اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری خانه‌های دوم در نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان شیرین‌دره شهرستان قوچان)، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ش ۱، صص ۹۷-۱۲۳.
- ۱۲- قادری، اسماعیل. (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، پایان‌نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ۱۳- سبزی، عاطفه و قدیری، نیلوفر. (۱۳۹۰). بررسی راهکارهای توسعه گردشگری در روستای ایبانه، مجموعه مقالات دومین همایش ملی بوم‌های بیابانی گردشگری و هنرهای محیطی، دانشگاه آزاد اسلامی نجف‌آباد.
- ۱۴- شارپلی، ریچارد و تلفر، دیوید. (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه ترجمه: حمید ضرغام بروجنی و همکاران، تهران: انتشارات مهکامه.
- ۱۵- کاظمی، مهدی. (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری. تهران: سمت، چاپ دوم.

- ۱۶- کوهن، گوئل (۱۳۷۷). صنعت توریسم و توسعه پایدار نمادی از مدیریت پویا، محیط‌شناسی، ش ۲۱، صص ۷۹-۹۰.
- ۱۷- مبارکی، امید (۱۳۸۶). برنامه‌ریزی فضایی شهرستان ملکان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، استاد راهنما: حسن بیک محمدی، دانشگاه اصفهان.
- ۱۸- مهدوی، داوود (۱۳۸۷). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل *SWOT*: دهستان لواسان کوچک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- ۱۹- یعقوب‌زاده، رحیم و زندی، ابتهاج (۱۳۹۱). شناسایی و اولویت‌بندی تهدیدات اجتماعی- فرهنگی و امنیتی مؤثر بر گردشگران خارجی ایران، مطالعات امنیت اجتماعی، ش ۲۹، صص ۱۰۲-۱۱۳.
- 20- Ahammed, S. Saleh (2010). Impact of Tourism in Cox's Bazar, Bangladesh. MSc Thesis, North South University, Bangladesh.
- 21- Baiwa, Joseph E.M. (2002). The socio-economic and environmental impacts of tourism development on the Okavango Delta, north-western Botswana, Journal of Arid Environments, 54, 447-467.
- 22- Byrd, Erick, Bosley, Holly and Dronberger, Meghan (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. Tourism Management, 30 (1), 693-703.
- 23- Charlsen, Jack and Jafari, Jafar (1996). Culture and international tourism. Annals of Tourism Research 23 (4): 955-958.
- 24- Choi, H.S. Chris and Sirakaya, Ercan (2006). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism scale. Journal of Travel Research 43: 380-394.
- 25- Eghbali, Naser, Bakhshandeh Nosrat, Abbas and Alipour, Khalil (2011). Effect of positive and negative rural tourism (case study: rural Semnan province). Journal of Geography and Regional planning 2: 63-76.
- 26- Johnston, Jerryd, Shepenger, David and Akis, S. Peristianis (1994). Resident's perceptions of tourism development. Annals of Tourism Research 21: 629-642.
- 27- George, E. Wanda (2005). The power of tourism: A metamorphosis of community culture. Journal of Tourism and Cultural Change 3 (2): 88-107.
- 28- George, E. Wanda, Mair, Heather and Reid, Donald G. (2009). Rural tourism development (localism and cultural change), Channel View Publication, Bristol, Buffalo, Toronto.
- 29- Parrinello, G. Liebman (2001). The technological body in tourism research and praxis. International Sociology 16 (2): 205-219.
- 30- Singla, Manika (2014). A case study on socio-cultural impacts of tourism in the city of Jaipur, Rajasthan: India. Journal of Business Management & Social Sciences Research 3 (2).
- 31- Smith, Michael D. and Krannich, Richard S. (1998). Tourism dependence and resident attitudes. Annals of Tourism research 25: 783-802.
- 32- Swarbrooke, John (1991). Sustainable Tourism Management, UK. CABI Publishing.
- Urry, John (1995). Consuming Places. London: Routledge.

